

La perspectiva del imaginario social aplicada al análisis sociológico: un ejemplo en prensa escrita

MARÍA JESÚS ALONSO SEOANE

Universidade da Coruña (Spain)

Abstract

Las ventajas de los métodos cualitativos de investigación social son conocidas y defendidas por amplios sectores de la sociología. Resultan menos caros y proporcionan una calidad informativa, que iguala y supera a la estadística. Este trabajo pretende contribuir a la difusión de una perspectiva tan adecuada como apasionante: la de los imaginarios sociales.

Los imaginarios sociales sacan a la luz aquello que está escondido en los discursos, estando tan presente en ellos como desenfocado o escondido. De lo cual pueden sacarse generalmente las conclusiones más interesantes ya que, lo que se calla, dice más que lo que se manifiesta. Así pues se trata de estudiar tanto el contenido de la noticia, como la identificación, el ritmo, la elección lingüística e incluso «los silencios», que piden a voces ser oídos.

Palabras clave: Sociología, métodos de investigación, budismo, imaginarios sociales.

La de los imaginarios sociales, realmente es más que una simple técnica de investigación. Se trata de una filosofía epistemológica que sería aplicable a cualquiera de las técnicas cualitativas. Pero se hace especialmente interesante en el caso de los análisis de contenidos, por tratarse de un meta-código y por ser aplicable a todos los tipos de formatos: impresos, hablados, visuales, etc. Esto le proporciona una ventaja adicional, al centrar sus observaciones en todo tipo de soporte que incluya el objeto de investigación referido. Los imaginarios sociales proporcionan una consciencia del filtro de la propia observación y la de otros.

La realidad es siempre compleja, interdependiente y transitoria. El simple hecho de intentar estudiar un momento de realidad social es una pretensión ambiciosa. Pero dado que ese es el trabajo de los sociólogos, el enmarcarlo en una perspectiva epistemológica adecuada parece un buen punto de partida.

La realidad no solo es mutable, y además la percibimos desde cierta perspectiva. Por lo tanto debería evitarse atribuir al mundo y a las sociedades propiedades que no son más que apariencias que surgen de la relación entre la globalidad del mundo y la conciencia del mismo que, en sí misma, no es más que parte de esa globalidad.

DEFENSA DEL MÉTODO DE LOS IMAGINARIOS SOCIALES

El método en el que se enmarca el estudio es el constructivismo sistémico, que pretende establecer observaciones sobre los conocimientos socialmente compartidos que varían según espacios, tiempos, y formas de vida.

El profesor Pintos de Cea explica en uno de sus artículos que «Cada sistema funcionalmente diferenciado opera dentro de su propio ámbito de función (medio) a través del establecimiento de códigos y programas (forma). El sistema político opera en el medio poder. Su función específica consiste en proporcionar al sistema social la capacidad de decidir de una manera vinculante, este sistema opera mediante el código gobierno/ oposición»^[1].

El interés del método radica en que al abarcar tanto medio como forma, se saca a la luz aquello que a pesar de estar presente, queda escondido en los medios por los cuales el público accede a las noticias o a diversas informaciones en otros formatos; ya que cada medio supone un filtro, un enfoque, un determinado modo de mirar. Pero quedarse ahí equivaldría a reincidir en aquello que ha sido mostrado sin que podamos llegar más a fondo. El estudio de los medios de comunicación es interesante siempre que se pretenda esclarecer qué idea puede tener un grupo de individuos sobre un tema, porque lógicamente esas ideas se construyen sobre aquello que les ha llegado y cómo lo ha hecho. Pero aspirar a entender un instante del momento presente pasa por poner atención tanto en lo evidenciado como en lo que ha sido obviado, apartado o eludido.

«La sociedad es el sistema social omni-comprensivo que ordena todas las comunicaciones posibles entre los hombres, quienes participan en todos los subsistemas funcionalmente

[1] Pintos de Cea, Juan Luis: *Política y complejidad en la teoría sistémica de Niklas Luhman: la libertad como selección*. USC

diferenciados, pero no cabrían en ninguno de ellos ni en la misma sociedad. La complejidad social implicaría multiplicidad de elementos que solo pueden enlazarse selectivamente. La comunicación es la operación selectiva por la que se constituye el sistema social como sistema auto-referente. En ella se dan tres selecciones: la de las informaciones; la de las notificaciones y la de las comprensiones».^[2]

La propuesta metodológica tiene una especial importancia al vincularla a aquello que es «creíble», no necesariamente real. Siguiendo a Niklas Luhman, la realidad no se definiría en el marco de lo que es, sino de aquello que es enfocado y sobre lo cual se «edifica» un modo de percibir, de operar e incluso de vivir.

Los imaginarios sociales son esquemas contruidos sobre cada instante de la experiencia social y engendran tanto comportamientos como imágenes «reales». El tema de qué es o deja de ser la realidad no sería pues tan importante, como qué se entiende en cada momento por realidad. O dicho de otro modo, qué noticias se muestran, qué partes se destacan y cuáles permanecen alejadas del foco de atención y en función de todo ello, en qué marco creíble se mueve una sociedad en determinado momento.

El constructivismo sistémico define más claramente la pluralidad de realidades que legitiman un orden social dado, únicamente si es posible mantener sus criterios básicos de validez.

Si antes poníamos como ejemplo que el sistema político operaba mediante determinado código; la construcción sistémica de realidades en la que se ha basado este trabajo de campo: medios de comunicación, lo haría mediante el meta-código «Relevancia / opacidad». El funcionamiento de este código opera claramente en tecnologías de reproducción visual. Así se distingue entre lo que entra en el foco de la cámara y lo que la cámara dejaría de enfocar, desde la perspectiva que asume la cámara en cuestión. Se necesitarían varias cámaras para que asuman varias perspectivas como para saber qué pasó realmente, ya que no existe un punto de vista privilegiado desde el cual pueda abarcarse «la totalidad de la realidad».^[3]

De ese modo lo relevante será lo enfocado, es decir, aquello que se muestra y en lo cual se pone el énfasis, mientras que lo opaco será la parte que queda fuera del campo de visión.

Luhman se pregunta acerca de la garantía de que un conocimiento, y en particular uno científico pueda mantener contacto con la realidad. La observación trata de establecer una conexión válida con lo que llamamos realidad: pero esa garantía no se deposita en los sistemas psíquicos (personas), sino en los sistemas sociales. La posición de Luhman asume la observación, bajo determinadas circunstancias, como un procedimiento más fiable de acceso a la «realidad». Pero la observación nunca puede ser exterior al sistema. La observación sería una distinción para marcar una parte en detrimento de otra. La distinción sería un punto ciego, es decir, que quedaría tanto fuera del campo marcado o seleccionado para el enfoque como el no marcado. El observador es lo no observable. De ahí la necesidad de una «observación de segundo orden» para poder establecer un procedimiento científico de construcción de la realidad social. Se produciría una observación de segundo orden cuando se observa a un observador en

[2] Pintos de Cea, Juan Luis, *op. cit.*

[3] Pintos de Cea, Juan Luis: *El meta-código «relevancia / opacidad» en la construcción sistémica de realidades*. USC.

cuanto observador. Es decir, con respecto al modo y manera en que observa; o en relación a la distinción que utiliza para marcar un lado y no otro.^[4]

ANÁLISIS DE UN EJEMPLO: EL BUDISMO EN LA PRENSA

El trabajo de campo para determinar la idea que se puede hacer el público español sobre el budismo, a través de lo que le ha llegado mediante la prensa, se ha basado en la teoría del imaginario social, entendiendo las observaciones desde esta perspectiva en la cual se aspira a ocupar ese espacio de «observador de segundo orden». De modo tal que a los enfoques de los medios seleccionados: observaciones de El Mundo; El País, y ABC, se les buscó el punto ciego desde el cual enfocan (sus propios filtros), destacando tanto los enfoques efectuados como el tratamiento dado a los temas.

Un ejemplo en prensa: Delimitación de la investigación

Se han recogido datos de 2000 a 2006 en la prensa española con mayor número de ventas. Para cuya elección se tomó como base el OJD (estadística sobre medios que considera el número de ventas) para escoger los tres periódicos diarios de ámbito estatal más vendidos, y que por tanto han sido susceptibles de llegar a mayor número de personas. En algunos de estos periódicos se tiran ediciones regionales del mismo, o al menos una parte del periódico varía para las diversas comunidades autónomas. En ese caso, también han sido incluidas las ediciones autonómicas.

El factor periódicos vendidos ha sido considerado por encima de cualquier otro, ya que se trataba de analizar aquellas informaciones que habían llegado a un mayor público. El factor geográfico ha sido considerado por tanto irrelevante, ya que la prensa seleccionada ha podido llegar a cualquier rincón del país. Si bien es cierto que el número de ventas de los tres medios es superior en poblaciones grandes.

En cuanto al ámbito temporal abarca desde principios del año 2000, hasta el otoño de 2006. La muestra es, por tanto, lo suficientemente amplia, ya que se recogen, solamente en artículos de periodicidad diaria, más de 500 noticias de todas las secciones de los citados medios y suplementos semanales. Esto es, tanto si han aparecido en titulares, en la sección política, deportes, cultura, espectáculos, economía, internacional, nacional, autonomías, e incluso en cartelera, programación televisiva o crucigramas. No queda fuera ninguna noticia en la cual haya aparecido la palabra de referencia.

Descripción del proceso

Esta técnica supone un análisis de contenido de los medios descritos anteriormente. Consiste en una recopilación de datos tras su selección, y un posterior resumen en plantillas adaptadas^[5] en las cuales se recogen los datos «sociodemográficos» de la noticia o programa: Título, sec-

[4] Pintos de Cea, Juan Luis. (1994). *La nueva plausibilidad: la observación de segundo orden en Niklas Luhmann*. USC.

[5] Elaboración de Juan Luis Pintos de Cea.

ción, fecha, medio, titular completo, autor, campos destacados... y un espacio de medio folio aproximadamente para el resumen de la información. Tras cubrir las plantillas con todos sus datos y resumen, estas fueron clasificadas:

- 1) cronológicamente
- 2) por medios
- 3) por perspectivas diferenciadas

De este modo es posible efectuar varias lecturas de la información.

La primera fase del análisis hace un repaso general de tipo cronológico a fin de verificar la evolución en cada medio. Luego se ha estudiado el tratamiento dado al budismo en cada uno de los medios, y por último las noticias fueron mezcladas por años y por medios, para establecer las diferencias con las que se presentaron en cada una de las perspectivas: política, económica, educativa, científica, cultural... Las diversas agrupaciones a partir de las cuales es posible efectuar distintas lecturas de una noticia, son posibles ya que la plantilla incluye una serie de apartados que permiten esas agrupaciones posteriores. Así podrán ser clasificados por fechas, por campos relevantes, por secciones, por tipo de publicación, etc.

Se utiliza además un análisis semántico y semiótico en el que se pone de manifiesto el tratamiento de las palabras y las noticias. Especialmente si se trata de comparativos, metáforas, metonimias u otras figuras retóricas, así como adjetivos (para clasificar, describir...) sustantivos, e incluso cuando hay ausencia de terminología pero esencia en el mensaje (enseñanzas...); o el estudio del uso del lenguaje como símbolo.

Finalmente se analiza el conjunto de discursos emitidos por los diversos medios empleando un esquema adaptado para el estudio del imaginario social, en el cual se muestran los campos semánticos como expresión de las relevancias y las opacidades. Este es el principal elemento a la hora de interpretar la variada información aparecida durante años y recogida en el trabajo de campo.

Crítica de la evidencia mediante la utilización del modelo de análisis operativo de los imaginarios sociales

Tras haber efectuado una agrupación por campos semánticos, todos ellos quedaron reducidos a 4 campos a fin de aplicarle el modelo de análisis operativo de los imaginarios sociales. Cada uno de los campos incluye todas las noticias que han aparecido relacionadas con el mismo, así por ejemplo el campo Cultura, abarca todas las noticias sobre danza, espectáculos, cine, teatro, fotografía, pintura, artes plásticas, arquitectura, literatura, poesía, etc. E igualmente con el resto de campos, que a su vez incluyen lo que había sido clasificado como varias perspectivas, y que se agrupan finalmente por sus elementos comunes para poder reducirlas todas a una elipse que facilita la conclusión del análisis. De este modo todos los campos iniciales quedarían, en este caso, reducidos a cuatro, como podemos ver en la tabla de la página siguiente.

Todos los campos semánticos aparecidos se resumen al final en los 4 más destacados, siendo los de la parte superior, aquellos en los que los medios de comunicación centraron más su atención.

CULTURA	CONFLICTO	MERCADO	MODERNIDAD
Festivales	Iglesia- Estado	Imagen	Ciencia
Cine	Diálog. intereli	Publicidad	Enfermedad
Teatro	Tolerancia	Nvos. mercados	Salud
Libros	Integrismo		Mente
Exposiciones	Terrorismo		Bienestar
Arqueología			Estilos de vida
Historia	Paz		Estrés
Pintura	Educación		Ansiedad
Escultura	Discriminación		Relax
Literatura	Dchos. human		Calidad de vida
Filosofía	Pol. intern.		Felicidad
Diseño	Genocidio		
Moda	Invasión		
Viajes	Etc.		
Música			
Deporte			
Espectáculos			
Danza			
Fotografía			

GRAFICO 1



El gráfico 1 muestra el peso de las relevancias, que siguen el sentido contrario a las agujas del reloj. Es decir, la mayor relevancia parte del cuadro superior derecho: Cultura y continua en el superior izquierdo: Conflicto; en tercer lugar se ha dado peso a Modernidad y por último al Mercado. Los campos que aparecen en la parte superior han sido los señalados por los medios, resultando más obvios al público. En la parte inferior se muestran las opacidades: modernidad y mercado. Que son aquellas que habiendo estado presentes en todo momento, no han sido destacadas e incluso a veces, se han manifestado desde la opacidad más absoluta.

El campo más denso es el de la cultura, que al ser tan numeroso se había clasificado inicialmente en tres apartados. Hace referencia a visiones y experiencia de los diversos artistas sobre el budismo, la influencia en sus obras o en sus vidas, y en general el valor que dan al budismo tanto personajes famosos como teóricos o analistas que, desde el campo cultural, opinan sobre el tema religioso en relación a los cambios políticos y sociales.

El siguiente campo temático es el conflicto y hace referencia a la resistencia a diversos enfrentamientos visibles o encubiertos, por ejemplo resistencia frente al auge del budismo o conflictos abiertos entre Oriente Medio y Occidente por cuestiones de base religiosa, en los cuales se buscan explicaciones y / o soluciones, siendo el budismo tomado en ocasiones como referente o como comparativo. Además, hace referencia a conflictos ajenos a España o a Occidente de modo directo, si bien son temas que hacen reflexionar sobre nuestras propias políticas, valores o coherencia (Caso Tibet/ China; o atentado a esculturas patrimonio de la humanidad por fanatismo religioso...) que en definitiva nos sitúan en un determinado marco internacional e histórico y nos hacen preguntarnos sobre el futuro que queremos tener.

Con un grado de relevancia mínimo tenemos de modo muy oculto, pero a la vez muy presente, el campo del mercado, ya que lejano oriente ha comenzado a ser un pilar de la economía mundial. A este respecto hay que señalar que hemos encontrado solo, dos de quinientas noticias en prensa, que establecían relación entre budismo y economía. Una de ellas relataba cómo había subido la bolsa de Japón tras las elecciones en las que había ganado un partido, apoyado por otro de corte budista. La noticia no es de relevancia en ese aspecto y en este caso aparecía en la sección de política internacional.

En cambio hay un tratamiento de la mayoría de cuestiones presentadas como mercantilizadas en unos casos (la cultura, los libros, los viajes, incluso la imagen personal de quienes viven de su imagen), o la «compra» del bienestar a través de objetos de consumo (lugares relajantes, spas, viajes, masajes...). Aunque esto es algo que aparece muy escondido en la prensa, se hace patente en publicidad, donde adquiere su máximo exponente, así como en cultura y personajes famosos (a menudo con ese mismo tratamiento de *márketing*). No podemos dejar al margen este aspecto solo porque no aparezca en las secciones de economía pues su inclusión en el análisis resulta de lo más explicativa y no podría entenderse si la perspectiva fuese eliminada.

Otro campo menos aparente que la cultura o el conflicto es la modernidad, que aparece en tercer lugar en orden de importancia por el número de veces que se ha manifestado. Desde esta perspectiva, por una parte nos informa de las verificaciones de la ciencia sobre ciertos aspectos del budismo, y por otro nos hace cuestionarnos nuestro moderno modo de vida. La modernidad camina siempre de la mano del progreso técnico, con el cual se identifica y además se legitima por la mejora en la calidad de vida y el aumento del bienestar individual y social. En este bloque quedan agrupadas las noticias referentes a ciencia, salud o psicología

por un lado y a la modernidad y cambio social por otro, que formarían parte de una perspectiva social.

En este campo se han incluido cuestiones relacionadas con la calidad de vida esperada de las sociedades modernas, sus pros y contras. La modernidad se entiende pues, como algo que se ha ido adquiriendo y que al mismo tiempo, es una aspiración: una vida mejor, más cómoda, más saludable y más feliz, todo lo cual, se espera sea proporcionado por la modernidad.

Lo más destacado en la mayoría de medios es que el budismo es un fenómeno de moda, aunque lejos de ser una moda pasajera está empezando a convertirse en un «clásico». Esta moda va íntimamente de la mano de la cultura, que parece adorar al budismo. Si el total de noticias de prensa era de 500, la mitad entraba en alguno de los apartados englobados en cultura. De este modo el público puede relacionar el budismo a cultura y /o a personajes famosos y artistas.

La otra relación sencilla de establecer es que se trata de algo beneficioso para la salud física y mental de las personas, para reducir el estrés, fomentar la concentración y proporcionar una vida más agradable, plena y feliz. Tal es el tipo de argumentos que nos han llegado a través de los relatos de los citados artistas y famosos, verificados a posteriori por experimentación científica.

En cuanto al conflicto, nadie lo relaciona directamente con budismo. Como mucho se explica que «ni siquiera el budismo ha podido escapar siempre a la violencia», pero esto jamás ha sido demostrado o ilustrado con ejemplos, datos, o cifras. La aparición en este tipo de discurso es como un contrapeso a la mayoría de religiones o viene a resaltar el hecho de que no podemos culpar a una sola religión de violenta, ya que todas lo han sido en algún momento. También ha aparecido el discurso contrario: el budismo como contraste al fenómeno conflicto, e incluso los ejemplos publicados demuestran el modo pacífico que tiene el budismo de enfrentar los problemas, tal como se ha mostrado a través de conferencias o en temas relacionados con el caso Tíbet, o con Birmania.

No obstante la primera lectura que debemos hacer del gráfico es que el conflicto destaca sobre el apartado de modernidad. En cuanto al conflicto, budismo nunca es el eje de la noticia, sino que aparece siempre en una secuencia de palabras formado parte de un todo. Así aparece como contraste a otras religiones, como ejemplo de práctica de una religión sin fanatismo o simplemente se enumera entre todas las religiones que hay en el mundo, ahora que los conflictos mundiales nos obligan a hablar de ellas y sacarlas a la luz reconociendo con ello, que la religión continúa siendo un elemento social significativo de primer orden. Sea como fuere, no es el budismo lo que provoca el conflicto, sino que es presentado como algo que forma parte general de las religiones, y para muchos un ejemplo, de cómo reducir el problema. Pero conflicto se ha revelado más que modernidad o el mercado. Es de destacar que tras los atentados del 11-S han sido numerosas las noticias en las que se ha hablado del papel de las religiones en los conflictos, la necesidad de diálogo interreligioso, etc.

Los temas incluidos en el apartado modernidad se referían a los modos de vida y al cuestionamiento o al menos, la valoración de la modernidad como medio de alcanzar el prometido bienestar. El bienestar, entendido en términos budistas no consiste en estar alejado del mundo, sino muy inmerso en él, no obstante se busca en la individualidad del propio conocimiento. De ahí que las noticias aparecidas se relacionen con la meditación, o con la experiencia propia,

relatada por algunos famosos, de cómo ha mejorado su vida a través del cambio de la propia percepción del mundo, o bien de haber aprendido a meditar o a aplicar la filosofía budista a sus vidas.

CONCLUSIONES

De haber empleado una técnica cuantitativa el análisis no habría pasado de una explicación simple sobre la presentación del budismo como fenómeno de moda, habiendo aparecido en un 50% de noticias relativas a aspectos culturales y estéticos.

Con una técnica cualitativa «tradicional» se hubiese llegado algo más allá, al desvelar que el campo del conflicto aparece una alternativa o un contraste entre la religión como problema (caso de los atentados de Nueva York, Madrid o Londres, u otras noticias relacionadas con integrismos: voladura de los Budas de Bamiyán, etc), y religión como vía pacífica de superación del conflicto interior y exterior. Este análisis hubiese profundizado algo más en un nuevo aspecto de la realidad mostrada a través de los medios comunicativos.

Pero los aspectos más importantes del análisis hubiesen quedado fuera del foco de atención por completo. Los campos de modernidad y mercado no hubiesen salido a la luz con ninguna técnica de análisis cuantitativa ni cualitativa, precisamente por la escasez de noticias generadas en dichos campos. De ese modo dejaríamos al margen partes de la realidad tan interesantes como que vemos en el budismo una especie de reflexión sobre nuestros modelos sociales en algunos aspectos interesantes, especialmente referidos a la calidad de vida, que necesitan ser re-evaluados, pues no parece que la modernidad esté dando respuesta a aquellos niveles de felicidad y bienestar que en principio podríamos esperar de nuestros sistemas sociales. Al menos no de un modo automático. Y que no somos capaces de resolver esta especie de conflicto interno (personal y social) de otro modo que mediante el consumo, que se revela continuamente a través del campo semántico del mercado. Campo continuamente presente, especialmente en el de Cultura. Dicho de modo sencillo. Que intentamos satisfacer las necesidades que la modernidad no llega a cubrir mediante el consumo de todo tipo de «productos budistas»: libros, espectáculos, cosméticos, viajes, etc.

Por su parte, el mercado, basado en la creación de necesidades, y que en principio podría ser contrario a una filosofía basada en la búsqueda de la «ausencia de necesidad», permite y potencia la inclusión del budismo en la medida que puede absorberlo como un elemento de valor añadido al producto. Es decir, de la medida en que proporciona una imagen susceptible de añadirse a los productos de consumo como satisfactor de necesidades.

BIBLIOGRAFÍA

- Ibáñez, Jesús (1986): *Más allá de la sociología*. Grupo de discusión técnica y crítica. Siglo XXI.
- Köning, René (1973): *Tratado de sociología empírica*. Tecnos.

Metz, Christian (2001): *El significante imaginario*. Paidós.

Pintos de Cea, Juan Luís: *Política y complejidad en la teoría sistémica de Niklas Luhman: la libertad como selección*. USC.

— : *El meta-código «relevancia / opacidad» en la construcción sistémica de realidades*. USC.

— (1994): *La nueva plausibilidad: la observación de segundo orden en Niklas Luhmann*. USC.